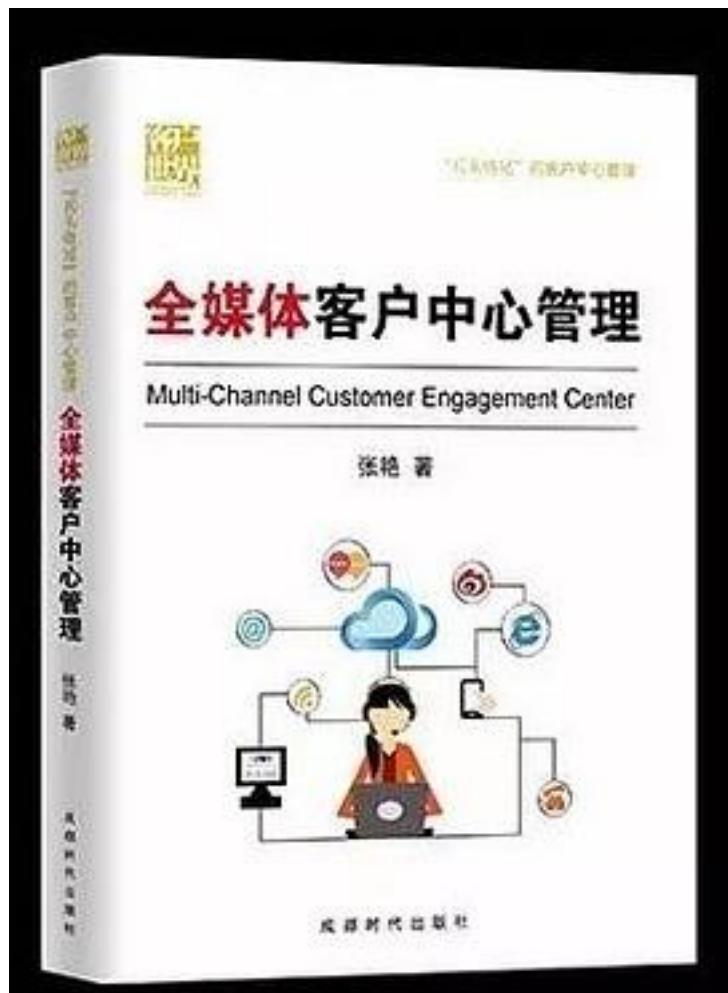


全媒体客户中心管理



[全媒体客户中心管理 下载链接1](#)

著者:张艳

出版者:成都时代出版社

出版时间:2016-8

装帧:平装

isbn:9787546417035

作者介绍:

张艳 (EchoZhang) : 吉林大学管理硕士，先后就职于携程旅行网、中青旅、中移动12580、红孩子、苏宁云商等企业，现任蜜芽网服务副总裁。

具有20年客服中心管理经验。专注于企业自建呼叫中心的运营管理；参与并主导多家呼叫中心从无到有、迅速扩张的建设和管理。成功推动呼叫中心从分布到集中、从服务到营销、从单渠道到全媒体的转型。通过不断创新服务模式及管理手段、实现呼叫中心从成本中心向价值中心转型，将客服中心转变成为企业差异化竞争的优势。2010年开始致力于电商平台客户服务体验设计及服务管理策略的研究、2011年开始尝试会员精准营销及全媒体互动营销、2014年创建母婴行业私人定制服务模式。

目录: 前言

- “互联网+” 时代背景下的客户互动管理
- 整合电子商务信息流
- 服务营销一体化
- 自助化与轻服务趋势
- 服务产品化与定制服务趋势
- O2O服务模式打造—传统企业人力升级打造全民服务
- 远程服务与众包服务趋势打造轻平台业务模式
- 第一章 全媒体客户中心的优势与定位
- 第一节 全媒体客户中心优势与价值
- 第二节 全媒体客户中心定位
- 第三节 各渠道互动特点与差异
- 第二章 全媒体客户中心的建设与升级
- 第一节 传统呼叫中心如何转型
- 第二节 全媒体互动中心接入模块设计
- 第三节 全媒体可视化导航与路由策略设计
- 第四节 全媒体客户中心服务金字塔构建
- 第三章 全媒体客户中心的管理体系变革
- 第一节 服务管理体系的搭建
- 附录工具：案例跟踪表
- 第二节 服务界面与服务形象设计
- 第三节 语言风格设计-让你的团队和客户玩儿起来
- 附录工具《在线服务场景应答指导方式》
- 第四章 全媒体客户中心的组织变革与团队管理
- 第一节 全媒体客户中心组织结构与内部职能划分
- 第二节 全媒体客户中心人才能力匹配与塑造
- 第三节 全媒体客户中心培训体系搭建与培训实施
- 第四节 薪酬激励与绩效管理体系的创新
- 第五章 全媒体客户中心的数字化管理
- 第一节 信息数字化管理—会员标签管理
- 第二节 运营数字化管理—全媒体客户中心指标设定与行业参考值
- 第三节 KPI指标影响因素分析与提升方法
- 附录：平台电商数据分析一览—量子恒道数据分析体系
- 第六章 全媒体客户中心的业务量预测与现场管理
- 第一节 全媒体客户中心业务量预测
- 第二节 全媒体客户中心排班
- 第三节 现场管理与远程服务管理
- 第四节 防患于未然的预警机制与力挽狂澜的危机化解应急预案管理
- 附录1：《全媒体客户中心预警工具表》
- 第七章 全媒体客户中心知识管理与自助服务能力推动
- 第一节 全媒体客户中心知识管理
- 第二节 智能化知识系统的构建与改造
- 第三节 智能机器人的应用

第四节 自助服务能力管理与提升
第八章 全媒体客户中心的品质管理与提升
第一节 全面质量管理认知
第二节 全媒体客户中心服务品质监控与提升思路
第三节 智能质检设计与应用
第四节 “众筹” 质检机制的建立
第五节 **惯培养与职场精英塑造
附录一：客户中心CSR与TSR好**惯培养 《好**惯是让成功持续的关键》
附录二：Teamleadr每日工作辅导表
第九章 全媒体客户中心的客户体验管理
第一节 重新认识客户体验
第二节 客户体验的评估与提升方法
第三节 全媒体客户中心客户体验管理触点
附录1：客户体验触点设计工具
第四节 众目睽睽之下的服务应对—网络咨询与评价处理
第五节 舆情评价监控与处理
第十章 社会化媒体在全媒体客户中心的应用
第一节 微信公众号的建立与运营管理
第二节 粉丝经营与朋友圈经济在客户中心的应用
附录：粉丝经营接触场景及接触点
第三节 社群经营在客户中心的应用
第四节 微课堂在知识分享中赢得客户
附录一：全媒体客户中心关键指标参考
· · · · · (收起)

[全媒体客户中心管理 下载链接1](#)

标签

客户服务

2017阅读

评论

基于作者多年呼叫中心管理经验写就的一本书，有较新的案例有实战经验，又有理论支撑，对于呼叫中心行业了解大有裨益

一些建议很中肯

[全媒体客户中心管理 下载链接1](#)

书评

[全媒体客户中心管理 下载链接1](#)